

**MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARALA EMPRESA ORGANIZACIÓN  
COLOMBIA CONTRA LA PEDICULOSIS S.A.S APLICADO AL DEPARTAMENTO  
COMERCIAL**

**SARAH PAOLA GUZMAN ROJAS**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE  
BOGOTÁ**

**UNIEMPRESARIAL**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C**

**2016**

**MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARALA EMPRESA ORGANIZACIÓN  
COLOMBIA CONTRA LA PEDICULOSIS S.A.S APLICADO AL DEPARTAMENTO  
COMERCIAL**

**SARAH PAOLA GUZMAN ROJAS**

**Trabajo de grado para optar por el título de Administradora de Empresas**

**Tutor GLORIA MARTINEZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE  
BOGOTÁ**

**UNIEMPRESARIAL**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**BOGOTÁ D.C**

**2016**

## **Dedicatoria**

Dios por guiarme y darme fuerzas para terminar mis estudios además de poner personas correctas en mi camino. Además, agradezco también a mis padres y hermanos porque han contribuido a mi formación personal, académica y profesional. En especial a mi hija que es la luz de mi vida y mi motor, a mi compañero quien me ha apoyado sin límites.

## **Agradecimiento**

Doy gracias a mis amigas incondicionales quienes me apoyaron desde que inicie hasta este último proceso.

A todos los docentes que forjaron mi profesión y aportaron sus valiosos conocimientos.

## **Contenido**

RESUMEN .....	8
SUMMARY .....	10
INTRODUCCIÓN .....	12
Planteamiento del problema.....	12
Antecedentes .....	13
Pregunta de investigación .....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos.....	15
Justificación.....	16
CAPÍTULO I CONTEXTO .....	18
1.1 Historia.....	18
1.2 Planeación estratégica.....	20
Misión.....	20
Visión. ....	20
1.2.1 Objetivos estratégicos. ....	21
1.2.2 Valores. ....	21
1.2.3 Estructura Organizacional. ....	21
1.2.4 Servicios.....	22
1.3 Productos.....	23

1.4	Proyectos.....	24
1.5	Contexto Sectorial.....	25
1.6	Contexto legal.....	26
CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....		31
2.1	Administración.....	31
2.2	Planeación Estratégica.....	32
2.3	Procesos Estratégicos.....	34
2.3.1	Misión.....	35
2.3.2	Visión.....	35
2.4	Diagnostico Estratégico.....	35
2.4.1	DOFA.....	35
2.4.2	Modelo Canvas.....	37
CAPÍTULO III FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS.....		39
4.1	Diseño de la investigación.....	39
4.1.1	Etapa primaria: análisis interno y externo.....	39
4.1.2	Etapa secundaria: Recopilación datos histórico de Ventas .....	40
4.1.3	Etapa terciaria: Proyección.....	41
4.1.4	Etapa cuaternaria: Plan de implementación Departamento Comercial .....	41
CAPÍTULO IV HALLAZGOS .....		42
4.2	Etapa primaria: análisis interno y externo. ....	42

□	Ámbito Social .....	43
	4.2.1 Etapa secundaria: Recopilación datos histórico de Ventas .....	46
	4.2.2 Etapa terciaria: Proyección .....	46
	4.2.3 Etapa cuaternaria: Plan de implementación Planeación Estratégica para el Departamento Comercial .....	50
	Valores .....	52
	CONCLUSIONES .....	56
	RECOMENDACIONES .....	57
	Bibliografía .....	58
	ANEXOS .....	59
	4.3 Matriz DOFA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	4.4 Recopilación de la Información .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	MANUAL DE FUNCIONES .....	59
	ORGANIZACIÓN CABELLOS SANOS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	MANUAL DE FUNCIONES .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	ORGANIZACIÓN CABELLOS SANOS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	MANUAL DE FUNCIONES .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	ORGANIZACIÓN CABELLOS SANOS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **RESUMEN**

Esta tesis explica cómo y en qué medida afecta la aplicación del modelo de planeación estratégica para la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S, aplicado al departamento comercial; el punto de partida fue la determinación de los objetivos del planteamiento, el mismo que marcó la ruta de los procedimientos, acciones y análisis.

Se diseñó e implementó un modelo de planeación estratégica para la empresa, con el fin de mejorar el departamento comercial y el departamento administrativo, investigando sistemáticamente los diferentes componentes internos de la empresa con base en modelos de diversos autores, analizando el direccionamiento de la Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S y Implementar el modelo de planeación estratégica a la Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S. Para ello se utilizó el método analítico FODA que permitió establecer el entorno interno y externo de la empresa, expresar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, proponer alternativas para reducir las debilidades y neutralizar las amenazas, realizando estrategias para facilitar la toma de decisiones y ser más competitivos.

Utilizando el correcto análisis del entorno interno y externo de la empresa; se recopiló información a través de historiales de ventas y entrevistas al Gerente, con lo cual se conoció la situación actual de la empresa, la base para proponer la planificación estratégica, determinada en las áreas de desarrollo como: previsión de ventas, desplegar profesionales para el departamento comercial; así mismo se establecieron los objetivos estratégicos; como son plantear la misión y visión, desarrollar la estructura organizacional y funcional.



Palabras clave: (modelo, comercial, estrategia)

## **SUMMARY**

This thesis explains how and what extent the application affects the strategic planning model for the company Organization Colombia Contra la Pediculosis S.A.S, applied to the commercial department; the starting point was the determination of the objectives of the approach, the same that marked the route of the procedures, actions and analysis.

It was designed and implemented a model of strategic planning for the company, to improve the commercial department and the administrative department, investigating systematically the various internal components of the company based on models of various authors, analyzing the addressing of the Organization Colombia Contra La Pediculosis S.A.S and

Implementing the strategic planning model to Organization Colombia Contra La Pediculosis S.A.S. For that the analytical method SWOT was used to establish the internal and external environment of the company, expressed their strengths, weaknesses, opportunities and threats, propose alternatives to reduce weaknesses and neutralize threats, making strategies to facilitate decision - making and be more competitive.

Using the correct analysis of the internal and external environment of the company; information was collected through sales histories and interviews to the Manager , which the current situation of the company , the base was known to

propose strategic planning, determined in the areas of development such as: sales forecast, deploy professionals for the commercial department ; likewise the strategic objectives were established; as they are raising the mission and vision, develop the organizational and functional structure.

Keywords: model, commercial, strategy

## **INTRODUCCIÓN**

La planeación estratégica contiene herramientas fundamentales para las empresas, que en este caso, implementan mecanismos que logran optimizar la gestión administrativa y así mismo perfeccionar los resultados.

Según Humberto Serna el análisis que debe ejecutar cada empresa se realiza mediante un diagnóstico de las debilidades, fortalezas y amenazas. Los directivos de la empresa deben tener claro a donde quieren llegar y cuáles son sus objetivos.

La toma de decisiones son actividades necesarias que el empresario debe realizar por lo tanto la responsabilidad que asume la dirección es fundamental para el control y planeación de la organización, sin embargo, todos los miembros toman cierto grado de compromiso para que se lleven a cabo de manera favorable.

Por lo tanto, se decide realizar cambios estratégicos en el departamento de comercial y administrativa que permita a la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis lograr una mejora en los principales departamentos, puesto que el mercado y los clientes son cada día más exigentes lo cual va a permitir generar innovación en los bienes y servicios que la empresa ofrece.

En este orden de ideas, se propone un modelo de planeación estratégica, sustentado en los pilares propuestos por Humberto Serna e Idalberto Chiavenato, además de herramientas para el diagnóstico de Alex Osterwalder con el fin de orientar su planeación hacia el largo plazo, en pro de maximizar su permanencia y sostenibilidad en el mercado.

### **Planteamiento del problema**

Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S es una empresa que ofrece productos y servicios contra la Pediculosis (*Pediculus humanus capitis*), en el mercado nacional. Los primeros ocho años se dedicaron a la concientización de la pediculosis en el país iniciando actividades de erradicación, haciendo presencia en algunos medios televisivos y pagina web luego en el año 2013 empezaron su actividad económica

formalizando la empresa ante las entidades reguladoras; en los últimos tres años han logrado una cobertura local y nacional.

Esto se puede evidenciar con la apertura de dos sedes más ubicadas en Unicentro y Cedritos en la ciudad de Bogotá. Además de la venta de Franquicias en las ciudades de Cali, Bucaramanga, Popayán, Villavicencio y Manizales.

El comportamiento que la empresa ha obtenido en sus ventas es gracias al trabajo arduo de cambio social que logro la Organización en sus primeros años, de lograr disminuir el tabú que se tenía ante los piojos, mediante sus campañas en colegios, fundaciones, radio, televisión y prensa.

## **Antecedentes**

Organización Colombia Contra la Pediculosis actualmente se encuentra en un proceso de organización interna para un mejor desempeño en el departamento administrativa y comercial, se están realizando pequeños cambios que logren mejorar el posicionamiento en el mercado, sin embargo, no se ha logrado realizar una planeación estratégica lo que se pretende implementar en este trabajo.

La empresa no cuenta con un análisis, se desconoce el entorno que puede afectar tanto internamente como externamente los departamentos y las oportunidades que se deben aprovechar, siendo este diagnóstico que se quiere proyectar es una de las principales herramientas para lograr cumplir los objetivos.

No obstante los cambios que se han presentado en los últimos doce meses en el departamento contable y talento humano, han sido gracias a las nuevas estrategias que el equipo de trabajo es decir, los directivos de la empresa, la contadora, las propuestas de la practicante y el asesor personalizado de la Cámara de Comercio de Bogotá ; han implementado mediante un nuevo modelo dando un giro a la empresa, sin embargo no

se enfocaron en el departamento comercial y la organización administrativa, lo que ha generado un desacierto en la comercialización de los productos y servicios y en el conocimiento por parte de los miembros de trabajo en la planeación administrativa de la empresa.

Por otra parte se han venido presentado nuevos proyectos de publicidad en los cuales se ha invertido un monto de dinero significativo para la empresa, además de la propuesta para el desarrollo de un nuevo equipo que erradica la pediculosis, el cual funciona mediante la generación de aire caliente a base de ozono, por lo tanto favorece y disminuye un costo notable para la empresa ya que no va a continuar con la importación de dicho equipo que anteriormente se tranzaba con el laboratorio Larada Science, y esto debido a que la devaluación ha afectado la economía Colombiana y por supuesto a los empresarios como la Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S que realizaban dichas negociaciones con Estados Unidos.

Y en cuanto al departamento contable cuentan con un sistema de gestión que logra cumplir con los objetivos de su departamento, además de una auditoría financiera que realizan los directivos y contadora de la empresa, un manual de contabilidad y un sistema de control de costos.

Estos proyectos que la empresa ha realizado generan un valor significativo, pero se ve la necesidad de implementar la planeación para las decisiones futuras, el logro de la misión, visión y objetivos para dichos departamentos.

Se consultaron algunos autores y proyectos externos que fueron de gran utilidad para el desarrollo de este trabajo, por lo tanto, la metodología que se va a realizar es descriptiva, lo cual se acopla a lo que se requiere.

Se procura empezar por el análisis tanto interno como externos, el análisis de la información, el modelo de planeación estratégica, luego además del desarrollo y evaluación de estrategias o alternativas, lo cual permite concluir las estrategias a plantear.

## **Pregunta de investigación**

De acuerdo al trabajo que realiza la empresa, contribuyendo al bienestar de las familias colombianas, con una generación de empleo significativa, donde la actividad económica es novedosa e innovadora y se puede competir estratégicamente, entonces cabe preguntarse:

¿Cómo diseñar una modelo de planeación estratégica para la empresa Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S que logre mejoras en sus procesos comerciales en un espacio de tiempo futuro?

## **Objetivo general**

Diseñar un modelo de planeación estratégico para la empresa Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S aplicada al departamento comercial.

## **Objetivos específicos**

- Determinar los diferentes modelos de planeación estratégica con base a varios autores.
- Analizar el direccionamiento de la Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S.
- Diseñar un modelo de planeación estratégica a la “Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S” aplicado el departamento comercial.

## **Justificación**

La planeación de cualquier empresa es importante puesto que define la toma de decisiones con el objetivo de cumplir sus estrategias, mediante los siguientes interrogantes ¿A dónde se quiere llegar? ¿A dónde se puede ir? ¿Cómo se va a llegar? y ¿Cuándo se va a llegar?

Por consiguiente, en la presente investigación se pretende aplicar teorías y conceptos acerca de la planeación estratégica principalmente de Humberto Serna, Idalberto Chiavenato y herramientas de Alex Osterwalder con el modelo Canvas para conocimiento general de la empresa. Estas herramientas y teorías permitirán contrastar la planeación estratégica con la empresa.

Debido a que la empresa carece de un proceso de planeación que defina el camino a seguir para el incremento en sus ventas, además de la falta de organización administrativa.

La planeación estratégica ayudará a definir claramente los objetivos corporativos y las estrategias que desarrollaran en el largo plazo, que ayudaran a que las metas del departamento comercial y administrativa puedan ser controladas.

Además, que al implementar su plan estratégico este ayudara a generar ventajas competitivas logrando satisfacer tanto los clientes internos como los externos.

Este proceso tendrá beneficios para la empresa, obteniendo mejores resultados con sus ventas y estructura organizacional, además de una mejor participación en el mercado.

Como estudiante de práctica de la empresa, será de gran ayuda a la contribución de la planeación estratégica, ya que permitirá aplicar conceptos aprendidos a lo largo de



la carrera, principalmente las teorías organizacionales de manera que la empresa permanezca en el mercado y se enriquezca adecuadamente.

## **CAPÍTULO I CONTEXTO**

### **1.1 Historia**

Organización Cabellos Sanos es una empresa nacional fundada por Jair Guzmán Ramos y Johanna Andrea Cortés en el año 2004, la empresa nace a raíz de un problema familiar, pues al darse cuenta que sus hijas adquirieron una infestación de pediculosis en el colegio emprendieron una búsqueda que facilitara su eliminación sin necesidad de químicos, al desarrollar un peine en acero quirúrgico los resultados fueron favorables para el problema familiar, logrando su erradicación.

En ese contexto, deciden iniciar un negocio innovador, que se constituyó legalmente en el año 2004, prestando el servicio de limpieza capilar y además comercializando peines quirúrgicos, sin embargo los primeros 8 años en el mercado la empresa generó concientización, para echar abajo el tabú y los mitos de la pediculosis por lo tanto, no obtenía los resultados esperados por lo tanto su proceso de reconocimiento fue tardío, pues su mayor fuente de ventas era el voz a voz, además que en estos primeros pasos lograron disminuir el tabú de los piojos y concientizar a las familias colombianas.

En el año 2010 la empresa implementa una herramienta que hasta el momento es su mayor captación de clientes, el sitio web que día a día incrementa su valor y posicionamiento.

No obstante, el crecimiento y desarrollo luego de estos fuertes años fortaleció a los empresarios, impulsando en el año 2011 la innovación, que, en alianza con Laboratorios de Norte América, adquirió una máquina que facilitaría el proceso de limpieza, con el objetivo de facilitar el proceso de limpieza el cual consistía en desintegrar piojos y liendres. Organización Cabellos Sanos en este mismo año introdujo al mercado la loción Lice Free un producto sin tóxicos ni pesticidas que logra eliminar la Pediculosis, marcando diferencia y atendiendo las necesidades de sus clientes.

En 2012 se involucró en el centro de mayor concentración de Pediculosis, los colegios y Fundaciones de la ciudad de Bogotá que en alianza con las enfermeras y padres de familia previenen y erradican la epidemia algunos de estos son: Fundación FANA, Colegio Marymount, Gimnasio Femenino, Colegio Jordan de Sajonia, José Max de León entre otros. Además, que los documentales en televisión, periódicos y revistas marcaron un camino innovador de la Organización a la hora de reconocimiento y que actualmente sigue creciendo.

En el año 2013 la empresa decide incursionar en los beneficios que ofrece internet, que a través del uso de redes, página web y páginas on-line (MercadoLibre) permiten que comprador y el vendedor operan prácticamente en un entorno de tiempo real esto puede reducir las demoras de materiales costosos, acortando los tiempos de entrega. La comunicación se hace más oportuna, eficiente y precisa. Esto permite al comprador y al vendedor ser más reactivos ante el mercado, lo que fortalece sus posiciones competitivas.

Adicionalmente la empresa en el año 2013 fue seleccionada por la Cámara de Comercio de Bogotá, para recibir asesoría personalizada de un consultor externo, en este año se incorporaron nuevas estrategias comerciales ofreciendo la oportunidad de negocio por medio de las franquicias y distribuidores especializados. Durante este año se iniciaron operaciones en la sede Cedritos y un año más tarde en la sede de Unicentro que anteriormente se encontraba en el barrio Chico.

A finales del año 2015 la empresa incremento su línea de productos lanzando al mercado Shampoo control caída y tratamiento natural.

Desde hace tres años participa en la Feria de la Salud y la Belleza como expositores de productos y servicios en pediculosis.

En la actualidad trabajan casi 10 empleados para garantizar que los productos y servicios cumplan con su misión de mejorar la calidad de vida de los niños, esfuerzo y dedicación que brindan día a día.

## **1.2 Planeación estratégica**

A continuación, se presenta la misión, visión, objetivos y valores con los que cuenta la empresa en la actualidad.

### **Misión.**

La ORGANIZACIÓN COLOMBIA CONTRA LA PEDICULOSIS S.A.S tiene como misión Proveer de productos y servicios de alto contenido tecnológico e innovador y libre de tóxicos, a todas aquellas instituciones o individuos que padezcan de pediculosis (pediculus humanus capitis) consiguiendo resultados que superen las expectativas de satisfacción de nuestros clientes y distribuidores en: calidad, costo, disponibilidad, servicio, bioseguridad y cuidado del ambiente.

### **Visión.**

Para el año 2018 ser reconocidos como una empresa de alto nivel tecnológico y en constante crecimiento, cuyos productos y servicios superen todos los requisitos y estándares de calidad requeridos por el sector, expandiendo su misión a un rango de acción internacional y generando el mayor grado de beneficios para sus clientes externos, clientes internos y proveedores y la(s) comunidad(es) en donde desarrollaremos nuestras actividades de prevención y eliminación de la pediculosis

### **1.2.1 Objetivos estratégicos.**

- Aumentar la venta de franquicias en los próximos tres años, alcanzando una cobertura nacional.
- Garantizar una excelente atención al cliente que permita la efectividad del servicio
- Ser líderes en la comercialización de productos sin tóxicos contra la pediculosis
- Obtener una mayor cobertura en droguerías en los próximos tres años.

### **1.2.2 Valores.**

- Trabajo en equipo comunicación asertiva, cooperación y esfuerzo constante.
- Responsabilidad tanto personal como social, contribuyendo con armonía y crecimiento con quienes interactuamos.

### **1.2.3 Estructura Organizacional.**

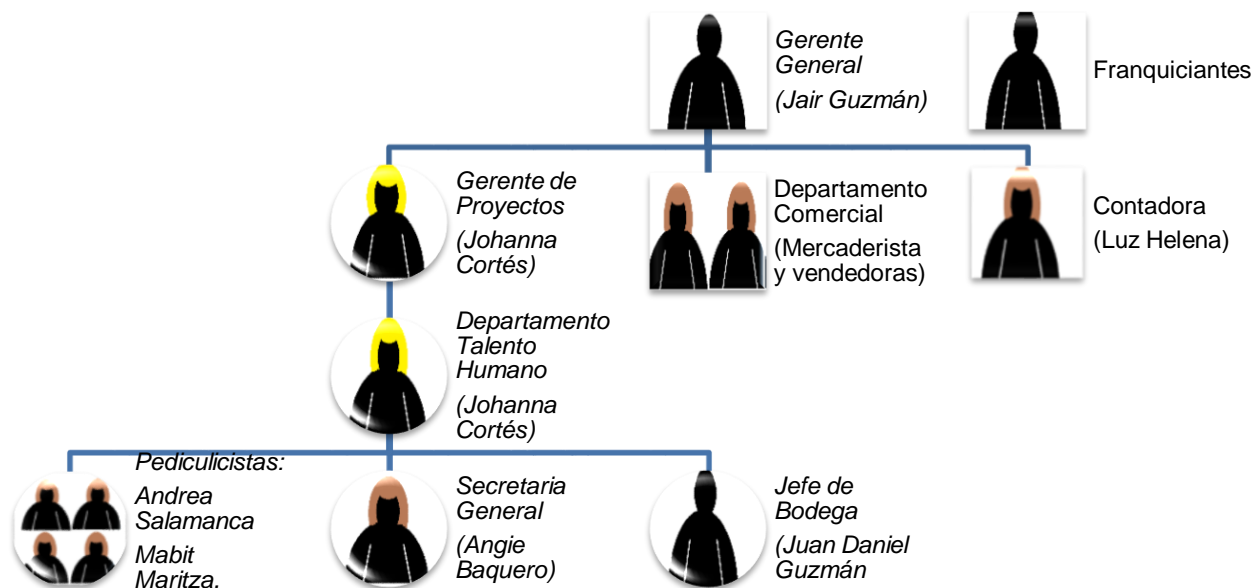


Figura 1 Organigrama  
Elaboración propia

#### 1.2.4 Servicios.

La Organización Cabellos Sanos posee centros especializados para la erradicación de piojos y liendres de manera 100% natural, ubicado en Cedritos, Unicentro y Santa Helenita en la ciudad de Bogotá, cuenta con el servicio a nivel nacional por medio de franquicias en Bucaramanga, Cali, Popayán, Villavicencio y Manizales. El cual realiza con un sistema basado en aire caliente a alta velocidad y sin el uso de productos químicos, tóxicos y pesticidas a base de piretroides. Los centros especializados cuentan con capital humano profesional expertos en pediculosis, tratan y resuelven el problema con un 100% de éxito. Este servicio se realiza en dos sesiones, la primera con una duración que oscila entre 60 y 90 minutos, la segunda un control de prevención que tiene una duración de 30 minutos.

Proceso 7 etapas:



Figura 2 Proceso de tratamiento

### 1.3 Productos.

La Organización Cabellos Sanos cuenta con una extensa línea de mercado para el cuidado capilar, además de los productos principales que maneja para la erradicación y prevención de la pediculosis.

A continuación, se muestran las marcas de cabellos sanos:



#### Peine Cabellos Sanos

Elaborado en acero quirúrgico

Sistema de púas lisas y terminación anatómica

Espacio interdental de 0.2 mm, no revienta ni tironea el cabello

Puntas redondeadas

Mango metálico

El peine se perfecciono a mediados del 2012, incrementando sus púas, facilitando su una que estos peines tienen púas finas, con una distancia interdental



### **Loción Lice Free**

Elaborado a base de Dimeticona capilar

Elimina piojos y liendres

Acción repelente

Acción profiláctica

Apto para toda la familia

### **Peine Lice Free**

Elaborado en acero quirúrgico

Sistema de púas lisas y terminación anatómica

Espacio interdental de 0.2 mm, no revienta ni tironea el cabello

Puntas redondeadas

Mango plástico – únicamente cabello liso



### **Tratamiento capilar**

A base de extractos naturales

Recupera las cutículas capilares

Tratamiento intensivo que recupera los cabellos dañados

## **1.4 Proyectos.**



Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S desarrolla proyectos los cuales se relacionan con los siguientes procesos metodológicos:

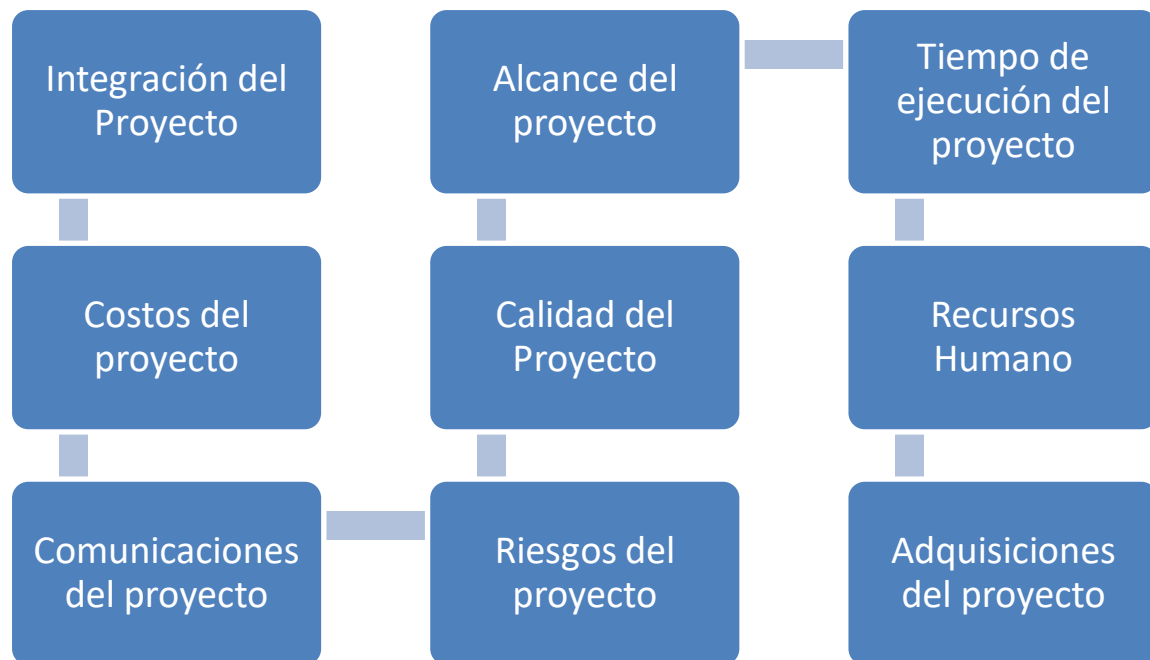


Figura 3 Proceso de Evaluación de Proyectos

La empresa actualmente está realizando estudios generales para el desarrollo de 7 referencias de Shampoo a base de componentes naturales y 7 referencias de tratamiento capilar natural como se mencionó anteriormente a base de componentes naturales.

Además, se realiza el estudio para el desarrollo de un dispositivo propio que se utilice únicamente con flujo de aire caliente, pero a base de ozono.

## 1.5 Contexto Sectorial

La empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis pertenece al sector terciario es decir servicios ya comercializa productos, pero no los fabrica puesto que el laboratorio los elabora para la Organización y ofrece servicios contra la pediculosis

mediante los servicios de limpieza capilar, es decir que no se dedica a la extracción de los recursos naturales de manera directa ni a los procesos industriales.

Tecser Laboratorios S.A es una empresa del sector secundario quienes desde el año 2011 empezaron una relación comercial con la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S mediante el envase y etiquetado de la Loción Lice Free, formula e insumos que la empresa desarrollo e implemento, lo cual acredita para la obtención de un Registro INVIMA propio.

Además, Tecser realiza shampoo y tratamientos naturales marca Cabellos Sanos, los cuales se distribuyen a nivel nacional en los centros especializados de la empresa

## **1.6 Contexto legal**

Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S, es una Sociedad por Acciones Simplificada avalada por la Cámara de Comercio de Bogotá, es persona jurídica de Derecho Privado

A continuación, se muestran las leyes y decretos que rigen a la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S.

- **Sociedades Por Acciones Simplificadas**

Ley 1258 de 2008 por medio de la cual se establecen reglas en materia de sociedades por acciones simplificadas.

El documento de constitución deberá contener por lo menos los siguientes requisitos:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S

3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

- **Establecimientos de Comercio**

Los requisitos para la apertura y funcionamiento de cualquier establecimiento de belleza, se encuentran estipulados en la Ley 232 de 1995 por medio de la cual se establecen normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.

Así mismo, como el Decreto 1879 de 2008, en el cual se establecen requisitos para los establecimientos comerciales.

- **Establecimientos que prestan servicios especiales**

Resolución 2117 de 2010, por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los establecimientos que ofrecen servicio de estética ornamental tales como, barberías, peluquerías, escuelas de formación de estilistas y manicuristas, salas de belleza y afines y se dictan otras disposiciones

- **Medidas Sanitarias**

Ley 9 de 1979 por la cual se adoptan medidas sanitarias para los establecimientos de comercio

- **Manual de Bioseguridad**

Resolución número 002827 de 2006 por el cual establece el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental.

El manual de bioseguridad tiene como fin establecer los lineamientos para las peluquerías, ya que existe un alto riesgo de contraer infecciones por riesgo biológico, puesto que existe un uso compartido de instrumentos.

- **Registro Invima**

Controlar y vigilar la calidad y seguridad de los productos establecidos en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993, y en las demás normas pertinentes, durante todas las actividades asociadas con su producción, importación, comercialización y consumo. Para gestionar los tramites de registro invima se debe ingresar a la página [www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co) y registrar un usuario para poder hacer la inscripción en línea. 43 Y por último permiso especial para manipular alimentos a través de la secretaria de salud pública municipal

El objetivo de la Regulación es establecer los requisitos que el INVIMA considera necesarios para que los reactivos de diagnóstico in vitro se diseñen, produzcan, controlen y distribuyan garantizando la calidad de los mismos. Esta Regulación es aplicable a los reactivos de diagnóstico in vitro que sean producidos o importados para su comercialización en el territorio nacional.

La Regulación de los reactivos de diagnóstico in vitro demanda calidad, es decir que el producto sea seguro y que funciones como es requeridos (que el producto sea efectivo).

En Colombia las normas que se aplican son:

Decreto 3770 del 12 de noviembre de 2004 “Por el cual se reglamentan el régimen de registros sanitarios y la vigilancia sanitaria de los reactivos de diagnóstico in vitro para exámenes de especímenes de origen humano”.

Resolución 132 del 23 de enero de 2006 “Por la cual se adopta el Manual de Condiciones de Almacenamiento y/o Acondicionamiento para Reactivos de Diagnóstico In Vitro”.

Resolución 1229 de 2013 “Por la cual se establece el modelo de inspección, vigilancia y control sanitario para los productos de uso y consumo humano”.

Resolución 1441 de 2013 “Por la cual se definen los procedimientos y condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para habilitar los servicios y se dictan otras disposiciones”.

- **La Superintendencia de Industria y Comercio Sic**

Otorga reconocimiento a la inversión y esfuerzos realizados por el inventor, la legislación vigente es la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, la norma que se aplica a todos los países, miembros de la comunidad Andina, además la SIC expide la Circular Única que contiene un conjunto de lineamientos donde especifica cómo realizar los trámites de la propiedad industrial, en la resolución 3719 de 2016 se estipula asuntos en materia de propiedad industrial que no se encuentran comprendidos en la norma de la Comisión de la Comunidad Andina.

La Pediculosis está clasificada según la estadística internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud, (CIE-10) para RIPS (Registro Individual de prestación de servicios) por la norma que regula todo lo relacionado con los RIPS: resolución 3374 de 2000. Código de Clasificación: B850 Pediculosis debida a *Pediculus Humanus Capitis*, este documento está presentado por el Ministerio de Salud con apoyo de Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), revisión de la Sociedad Colombiana de Otorrinolaringología y Cirugía de Cabeza y Cuello, Instituto Nacional de Salud, Instituto de Dermatología Federico Lleras entre otras instituciones que elaboraron dicha clasificación. [\(Ver Anexo RIPS\)](#)

## **CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

Se presenta de forma estructurada el marco teórico para el modelo e implementación de la planeación estratégica de la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis para el departamento Comercial, teniendo en cuenta que las empresas requieren de una planeación para desarrollar adecuadamente su actividad, a continuación, se especifican:

### **2.1 Administración.**

Los procesos de la administración contienen 5 procesos que desde los principios básicos de la administración son procesos que se deben tener en cuenta para realizar cualquier estructura organizativa a continuación se explican:

Planear es la primera función de la administración, en la cual se definen los objetivos, se definen los recursos y actividades necesarias para llevar a cabo la organización, en que plazos y de qué forma.

La organización es el proceso el cual se asignan los recursos y se determina el trabajo, además de asignar autoridades y responsabilidades.

La dirección por su parte es el proceso de encaminar las actividades relacionadas con las tareas de la organización, es la motivación que se proporciona para alcanzar los objetivos.

Control es el proceso de evaluación del desempeño organizacional, verifica si se ejecutan las funciones asignadas con base a lo planeado y monitorea cada una de las actividades que se realizan para el logro de los objetivos.

Chiavenato dice que los objetivos de la administración son los siguientes:

- Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social
- Eficacia al momento que la empresa logra sus objetivos
- Eficiencia cuan logra los objetivos con el mínimo de recursos
- Perspectiva más amplia frente al mercado

No obstante, las nuevas proyecciones estratégicas, los principales componentes, el direccionamiento estratégico se profundizan a continuación:

## **2.2 Planeación Estratégica**

La planeación se implementa en 1950 en algunas empresas comerciales a medida del tiempo se ha ido perfeccionando, por lo tanto, las pymes han creado ese habito de implementación, sin un plan bien definido pues la empresa no logra organizar adecuadamente su equipo de trabajo, ni sus recursos económicos, debido a esto no logra atraer una posición de liderazgo y sin creencia propia no podrá cumplir los objetivos.

Inicialmente el termino Planeación adquiere diferentes conceptos, la Real Academia Española define Planeación es la acción y efecto de planificar. La Planificación debe estar bien organizada, que logre cumplir los objetivos que se quieren.

Otros autores exponen planeación como:

(Serna, 2010) Define como planeación estratégica el proceso mediante el cual quienes toman decisiones, obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, esto con el fin de conocer la situación de la empresa, y decidir el futuro de la empresa



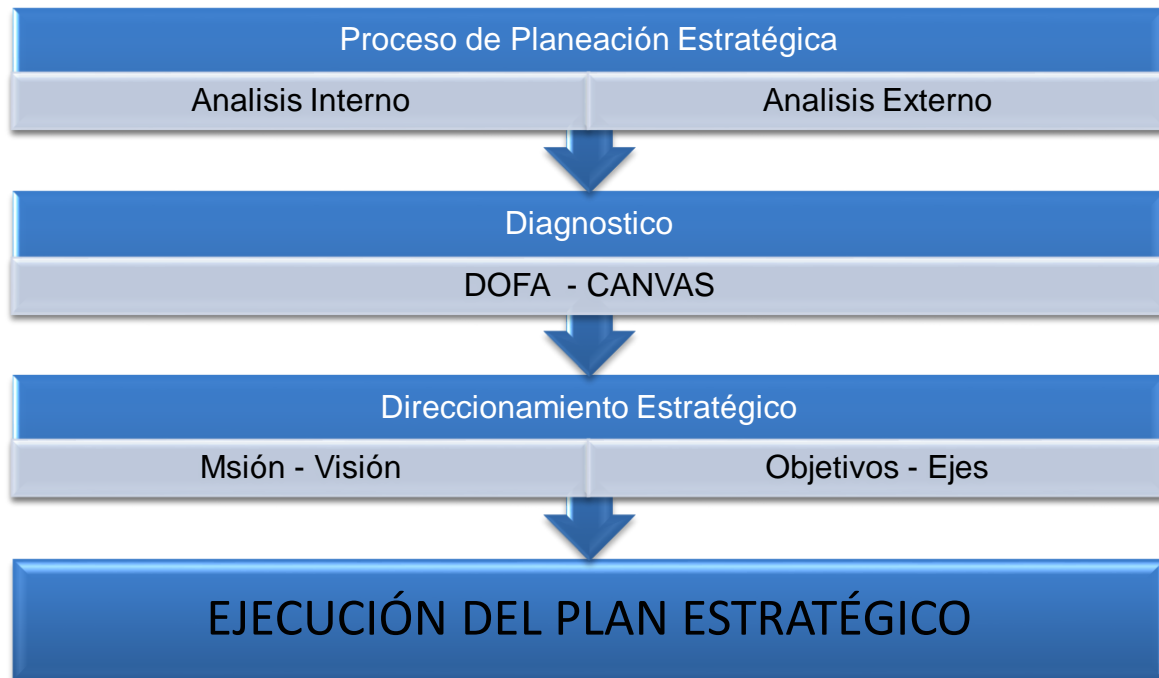


Gráfico 1 Auditoria Estratégica. Serna. H. Gerencia Estratégica 2008

“Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera con el propósito de darle a la organización una dirección unificada” (KOONTZ, 1991)

(Barthelmess, 2003). La planeación estratégica es una función administrativa en la cual se decide lo que la empresa quiere a futuro definiendo los resultados, estrategias, políticas, programas y de qué manera se va a lograr, tomando decisiones de una mejor manera y más racional

La planeación estratégica según Cesar Bernal & Hernán Sierra, implica un proceso sistemático de construir el futuro de las empresas, en el cual se debe conocer su entorno externo e interno, para formular los objetivos y las estrategias que permitan diferenciarse y por ende ser más competitivos.

Para Martin Villegas (1994) la planeación estratégica significa como quiere ser la empresa, como se ve en el futuro, mediante análisis sistemático, formulando objetivos en un mediano y largo plazo, definiendo la manera de alcanzar los objetivos, define los productos para satisfacer el mercado objetivo y superar la competencia.

(Sánchez, J, 2003), pretende definir el ámbito competitivo, alcanzar ventajas competitivas sostenibles, definir e integrar tareas directivas, generar patrones de decisiones coherentes, establecer la razón de ser de la organización y determinar el camino para el logro de los lineamientos estratégicos.

Dentro de la planeación tanto la eficacia y la eficiencia son de gran importancia ya que permiten establecer las metas y medios más apropiados para cada organización, teniendo en cuenta los recursos de la organización. Es fundamental hacer un diagnóstico estratégico evaluando tanto el ambiente interno como el externo, este es el proceso que permite conocer la situación real de la organización y de su entorno, para poder determinar a donde se quiere llegar.

(David & Jervis, 2011) El diagnóstico interno abarca lo que está bajo el control de la empresa, pretende identificar las fortalezas y debilidades que se tienen a nivel organizacional, esto para saber que se debe mejorar encaminados a aprovechar futuras oportunidades y ver que está funcionando dentro de la empresa que se debe mantener.

En cuanto al diagnóstico externo se encuentra lo que no está bajo el control de la organización, permite conocer las oportunidades podemos llegar a aprovechar, así como las amenazas y como se pueden contrarrestar, esto debe hacerse apoyado en lo que se encontró previamente en el diagnóstico interno.

## **2.3 Procesos Estratégicos**

Para que una empresa logre crecer en el mercado es importante saber hacia dónde se quiere llegar, por lo tanto, el direccionamiento estratégico define la razón de ser y sus principios.

### **2.3.1 Misión**

Se debe tener claro que la misión es la razón de ser de la empresa, por lo tanto, es decir que hago para lograr una participación en el mercado, ¿vendo, fabrico, transformo?, por otro lado, se debe conocer sus clientes y a qué necesidad se pretende suplir

### **2.3.2 Visión**

Además, se debe establecer la visión, en la cual se provee una referencia de los que una empresa es y quiere llegar a ser en un tiempo futuro. “El presente con el futuro”

## **2.4 Diagnostico Estratégico**

### **2.4.1 DOFA**

A continuación, se apoya de una herramienta que permite aprovechar las oportunidades y disminuir el efecto negativo de las amenazas mediante el uso de cuadro de estrategias cruzadas DOFA, en el cual se entrelaza lo que se encontró a nivel interno y externo y ayuda a determinar si la organización está capacitada para desempeñarse en su medio.

Es una herramienta estratégica más utilizada por las empresas la cual permite identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a través del análisis de factores tanto internos como externos como se ha mencionado por varios autores que

afectan la organización y posteriormente desarrollar estrategias comparando o cruzando las variables encontradas.

Los factores analizados por la matriz se clasifican en dos grandes grupos:

- **Macro:** Estos representan variables o factores externos generalmente incontrolables por la empresa, pero que influyen en el comportamiento de su entorno.
- **Micro:** Representan variables o condiciones más cercanas a las relaciones de intercambio con el cliente o consumidor

Una vez se realice el análisis interno y externo se clasifican los factores externos en amenazas y oportunidades del entorno, y los factores internos en debilidades o fortalezas de la organización, se deben tener en cuenta los siguientes conceptos:

**Debilidades:** Aquellos atributos que inhiben el éxito de la empresa.

**Fortalezas:** Aquellos atributos internos que contribuyen al logro de los objetivos de la empresa

**Amenazas:** Variables del entorno o eventos desfavorables que dificultan el desarrollo operativo

**Oportunidades:** Variables del entorno favorables para la empresa.

**Matriz de Estrategias:** Posteriormente, se realiza un análisis DOFA o matriz de estrategias, que consiste en relacionar las debilidades, fortalezas, amenazas y Oportunidades

**Estrategia FO:** Se fundamenta en utilizar las fortalezas internas de la organización, para aprovechar las oportunidades que se generan en el entorno, logrando un posicionamiento en el mercado y crecimiento de la empresa.

Estrategia DO: Estas estrategias buscan superar las debilidades de la organización, a través de las oportunidades que ofrece el entorno, con el fin de conseguir un progreso, fortalecimiento continuo de la organización.

Estrategia FA: Consiste en plantear estrategias con el fin de aprovechar las fortalezas de la compañía para superar las amenazas existentes del entorno, que pueden presentar un riesgo para el éxito de la empresa, estas estrategias son de gran importancia para el logro de los objetivos organizacionales.

Estrategia DA: Busca identificar amenazas del entorno, difícilmente superables por la empresa, ya que representan una debilidad de la organización, las estrategias aquí planteadas deben ser precisas y claras, debido a que son fundamentales para desarrollar exitosamente proyectos de la empresa.

La planeación estratégica que se va implementar a una empresa no siempre es acertada ya que la mayoría de los empresarios no conocen los parámetros y mucho menos tiene conocimientos teóricos en los cuales se puedan basar para organizar adecuadamente sus objetivos y capital humano.

En conclusión, las empresas pequeñas y medianas de Colombia conforman gran parte del mercado empresarial del país, impulsan la economía del país y la calidad de vida de sus colaboradores, sin embargo existen en ellas falencias que no les permiten tener una mayor participación en el mercado, es por ello la importancia de dar a conocer a sus directivos las herramientas para implementar en sus empresas la planeación estratégica y a su vez que este apoyo les permita contrarrestar los demás obstáculos como las dificultades de acceso al financiamiento que les dé la posibilidad de adquirir mejor tecnología y participación para desarrollar todo su potencial.

#### **2.4.2 Modelo Canvas**

El planteamiento que hace Alex Osterwalder con el modelo canvas permite entender el entorno de la empresa, que agrupa las principales variables de una empresa.

A partir de estas teorías la empresa lograra plantear las metas y objetivos y estas para alcanzar los objetivos de la visión y se implementara dicho modelo en la empresa.

## **CAPÍTULO III FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS**

La metodología utilizada para la investigación a realizar con la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis, se basa en un enfoque descriptivo y cualitativo ya que hay información sobre el tema y por lo tanto se pretende realizar una aplicación sobre este. Además se ve la necesidad de implementar el departamento comercial, que logre de manera organizada incrementar las ventas y distribución del producto a nivel nacional, también reconocimiento en el mercado (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2006).

### **3.1 Diseño de la investigación**

De acuerdo a la investigación descriptiva se busca analizar el entorno interno y externo de la empresa, además se pretende analizar las oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de la empresa, así mismo se realiza un análisis de las ventas del año 2015, lo cual soporta la proyección que se va a implementar. Se realiza el siguiente trabajo en 4 etapas.

#### **3.1.1 Etapa primaria: análisis interno y externo.**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formuladas. El FODA es un método de análisis institucional, que analizando distintos datos de la organización, su contexto y entorno permite diagnosticar la situación actual, su posición en el contexto, su estado interno y luego e N n N 1+ 2 \* = 32 definir su rol y acción en el medio. Lo cual permite tomar decisiones, reformular la misión de la organización y sus estrategias y objetivos. Permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. “El análisis FODA debe enfocarse solamente

hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno

#### 3.1.1.1 *Formato de Matriz DOFA*

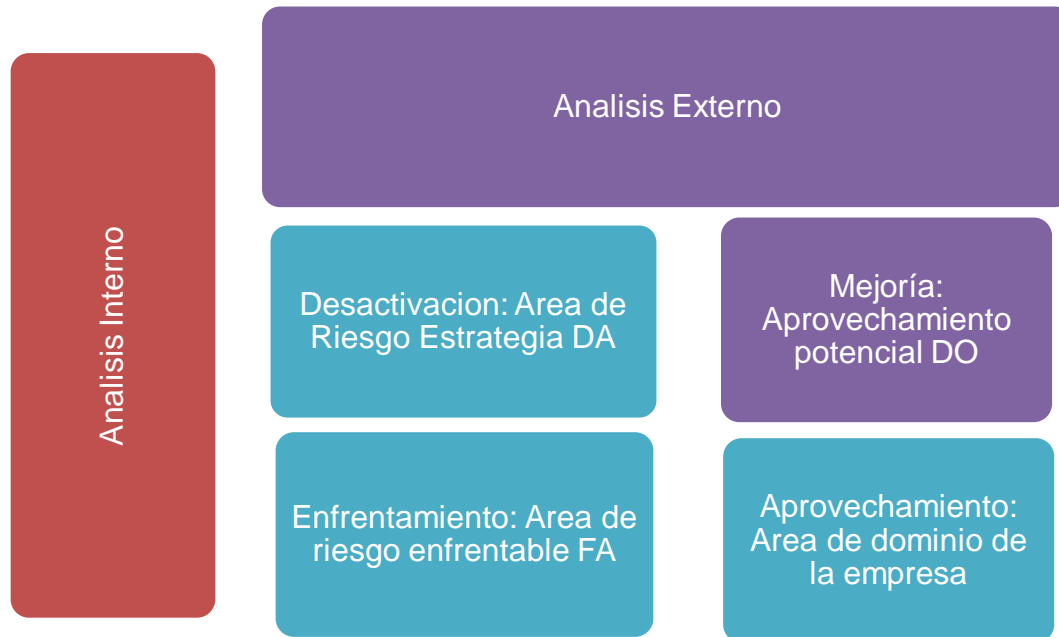


Gráfico 2 Matriz DOFA. Gestión de Empresa con una visión estratégica. Arnoldo Hax, Nicolás Majluf

#### 3.1.2 **Etapas secundarias: Recopilación de datos históricos de Ventas**

El objetivo de esta etapa es obtener datos relevantes, que permitan expresar el trabajo sin ambigüedades, con el propósito de lograr cumplir los objetivos planteados al inicio del proyecto.





### 3.1.3 Etapa terciaria: Proyección

La inflación es el desequilibrio entre la oferta y la demanda de bienes y servicios que se refleja en un aumento del nivel general de precios. La inflación de los últimos meses se ha incrementado por lo tanto la del 2015 es de 6.7%.

Por lo tanto, se pretende realizar una proyección de ventas de manera que sea viable la planeación aplicada al departamento comercial, es así como se aumentó en dicho pronóstico 2 puntos porcentuales para generar confianza y credibilidad en el proyecto, no obstante, se consideró al momento de presentar el trabajo a los directivos de la Organización.

### 3.1.4 Etapa cuaternaria: Plan de implementación Departamento Comercial

## **CAPÍTULO IV HALLAZGOS**

A continuación, se desarrolla un análisis en el cual se identifican las variables, políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legales que enmarcan el trabajo, además se realiza un análisis de fuerzas competitivas de Porter y se realiza la matriz DOFA de la empresa.

### **4.1 Etapa primaria: análisis interno y externo.**

- **Análisis Externo**

- **Ámbito Político**

En Colombia la Pediculosis está clasificada mediante una tabla de sistematización internacional de enfermedades y problemas relacionados con la salud, la secretaria de salud establece un plan de acción para la prevención y vigilancia de la epidemia en Colombia dando a conocer las siguientes recomendaciones:

Examinar la cabeza de los niños y niñas, por lo menos una vez al día y peinar el cabello a fin de expulsar los piojos y liendres.

Los niños y niñas no deben compartir cepillos, pinzas, sujetadores de pelo u cualquier otro elemento con sus compañeros.

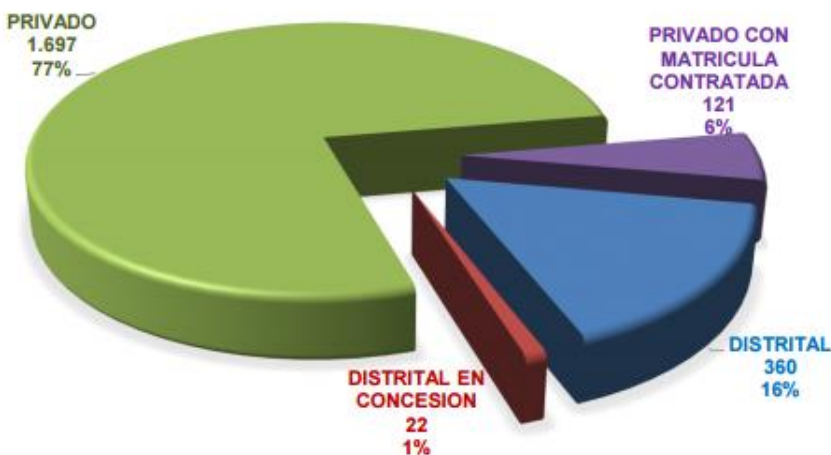
Se debe lavar la ropa usada, así como fundas y sábanas con agua caliente. Las niñas con cabello largo deben recogerse a fin de evitar el contagio.

- **Ámbito Económico**

- En Colombia la tasa de crecimiento de empresarios es de 3.5%.
- Existe un aumento de flujos de inversión extranjera directa que entran al país
- Hay buena dinámica de la demanda doméstica
- Las potencialidades de Tratados de Libre Comercio (TLC), que ahora exigen una serie de acciones que permitan que el empresariado los aproveche plenamente

- **Ámbito Social**

La oferta educativa en Bogotá está conformada por 2.170 establecimientos educativos que se muestran en la siguiente gráfica:



Estas cifras son de vital importancia para la empresa debido a que el mayor contagio de pediculosis se presenta durante la etapa escolar.

- **Ámbito Tecnológico**

El avance tecnológico y el estudio realizado por especialistas clínicos han demostrado que es un revolucionario métodos de eliminación de pediculosis.

Actualmente la empresa cuenta con el uso del dispositivo el cual es un sistema basado en aire caliente a alta velocidad, proveniente de un reconocido laboratorio de Estados Unidos, la Organización Colombia Contra la pediculosis adquiere el uso y distribución exclusiva en Colombia.

- **Competidores del sector**

En las droguerías y almacenes de cadena se encuentra productos químicos a base de permetrina, piretroides y tóxicos, los competidores cuentan con reconocimiento de laboratorios entre estos Stay Off.

Por lo tanto, la empresa deberá alcanzar este nivel de lograr captar clientes e inversión de capital humano y capacidad instalada poder ingresar a las pequeñas y grandes superficies.

La debilidad de los competidores directos de la empresa Organización Cabellos Sanos es que no prestan un servicio integral, además no tienen un contacto personalizado con sus clientes.

- **Sustitutos**

En Colombia es costumbre aplicar tratamientos naturales para la erradicación de piojos y liendres, puesto que lo tabúes y mitos que en gran parte de la nación prevalecen, desconocen las consecuencias y los cuadros de resistencia que el piojo genere a raíz de estos.

- **DOFA Departamento Comercial**

- **Fortalezas**

- Calidad del producto y servicio
- Propiedad instalada adecuada para la prestación de servicios
- Diversificación en productos
- Precios competitivos
- Tecnología de punta
- Amplio conocimiento de los proveedores

- **Debilidades**

- No existe un concepto claro de administración en los directivos de la organización
- Deficiencia en estrategias de publicidad
- Concentración de comercialización de productos y servicios en colegios, sedes y voz a voz

- **Oportunidades**

- Apoyo de la Cámara de Comercio con el programa ángel inversionista
- Tratados comerciales con otros países
- Ubicación estratégica de todas las sedes y franquicias
- Capacitación periódica a empleados para la prestación del servicio

- **Amenazas**

- Laboratorios reconocidos con fuerte poder de negociación e impacto social
- Publicidad novedosa por parte de la competencia

(ver anexo matriz DOFA)

#### 4.1.1 Etapa secundaria: Recopilación datos histórico de Ventas

HISTORICO DE VENTAS 2015			
PRODUCTO	SANTA HELENITA	CEDRITOS	UNICENTRO
LICE FREE 120 ML	\$ 22.170.000	\$ 8.160.000	\$ 8.580.000
SACHET LICE FREE 18 ML	\$ 9.355.000	\$ 2.420.000	\$ 2.150.000
PP 00132	\$ 7.465.000	\$ 2.700.000	\$ 3.485.000
PM 0134	\$ 28.674.000	\$ 7.652.000	\$ 8.672.000
PP00135	\$ 384.000	\$ 30.000	\$ -
SESION	\$ 54.960.000	\$ 35.655.000	\$ 35.005.000
SESION DOMICILIO	\$ 30.063.500	\$ 513.000	\$ 1.217.500
SHAMPOO CONTROL CAIDA PET	\$ 99.000	\$ 187.000	\$ 121.000
SACHET CONTROL CAIDA	\$ 312.500	\$ 417.500	\$ 337.500
TRATAMIENTO CAPILAR	\$ 230.000	\$ 425.000	\$ 387.500
CONTROL	\$ 2.240.000	\$ 1.720.000	\$ 2.600.000
CONTROL DOMICILIO	\$ 1.150.000	\$ -	\$ 30.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 157.103.000</b>	<b>\$ 59.879.500</b>	<b>\$ 62.585.500</b>
Los valores son en miles de pesos Colombianos			

Tabla 1Fuente: Organización Colombia Contra la Pediculosis. Ventas 2015

Se puede ver que en el histórico del año 2015 en las ventas de la sede Santa Helenita representa \$157.103.000 millones de pesos, pues al ser la sede principal se concentra la mayor parte de los ingresos, sin embargo, la sede de Unicentro que abrió su sede a comienzos del año analizado, obtuvo \$62.585.500 millones de pesos y por último la sede Cedritos que abrió sus operaciones en el año 2013 representa el menor ingreso de \$59.879.500 millones de pesos

#### 4.1.2 Etapa terciaria: Proyección

Se tomó como base para la proyección de las ventas con el IPC del año 2015 aumentando 2 puntos porcentuales para dicho pronóstico, arrojando los siguientes datos:

SANTA HELENITA				
PRODUCTO	HISTORICO 2015	AÑO 1 2016	AÑO 2 2017	AÑO 3 2018
		6,70%	7,7%	8,7%
LICE FREE 120 ML	\$ 22.170.000	\$ 23.655.390	\$ 25.476.855	\$ 27.693.341
SACHET LICE FREE 18 ML	\$ 9.355.000	\$ 9.981.785	\$ 10.750.382	\$ 11.685.666
PP 00132	\$ 7.465.000	\$ 7.965.155	\$ 8.578.472	\$ 9.324.799
PM 0134	\$ 28.674.000	\$ 30.595.158	\$ 32.950.985	\$ 35.817.721
PP00135	\$ 384.000	\$ 409.728	\$ 441.277	\$ 479.668
SESION	\$ 54.960.000	\$ 58.642.320	\$ 63.157.779	\$ 68.652.505
SESION DOMICILIO	\$ 30.063.500	\$ 32.077.755	\$ 34.547.742	\$ 37.553.395
SHAMPOO CONTROL CAIDA F	\$ 99.000	\$ 105.633	\$ 113.767	\$ 123.664
SACHET CONTROL CAIDA	\$ 312.500	\$ 333.438	\$ 359.112	\$ 390.355
TRATAMIENTO CAPILAR	\$ 230.000	\$ 245.410	\$ 264.307	\$ 287.301
CONTROL	\$ 2.240.000	\$ 2.390.080	\$ 2.574.116	\$ 2.798.064
CONTROL DOMICILIO	\$ 1.150.000	\$ 1.227.050	\$ 1.321.533	\$ 1.436.506
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 157.103.000</b>	<b>\$ 167.628.901</b>	<b>\$ 180.536.326</b>	<b>\$ 196.242.987</b>
Los valores son en miles de pesos Colombianos				

Tabla 2 Proyección de Ventas 2015. Elaboración Propia

Con el incremento del 6.7% se genera \$167.628.907 millones de pesos es decir incrementan las ventas en \$10.525.901 millones de pesos para el año 2016, en el siguiente año proyectado 2017 el incremento es de 7.7% es decir \$12.096.931 millones de pesos, por ultimo para el 2019 se tomó un 8.7% un incremento de \$ 13.667.961 Los datos arrojados para la sede de Cedritos son los siguientes:

CEDRITOS				
PRODUCTO	HISTORICO 2015	AÑO 1 2016	AÑO 2 2017	AÑO 3 2018
		6,70%	7,7%	8,7%
LICE FREE 120 ML	\$ 8.160.000	\$ 8.706.720	\$ 9.377.137	\$ 10.192.948
SACHET LICE FREE 18 ML	\$ 2.420.000	\$ 2.582.140	\$ 2.780.965	\$ 3.022.909
PP 00132	\$ 2.700.000	\$ 2.880.900	\$ 3.102.729	\$ 3.372.667
PM 0134	\$ 7.652.000	\$ 8.164.684	\$ 8.793.365	\$ 9.558.387
PP00135	\$ 30.000	\$ 32.010	\$ 34.475	\$ 37.474
SESION	\$ 35.655.000	\$ 38.043.885	\$ 40.973.264	\$ 44.537.938
SESION DOMICILIO	\$ 513.000	\$ 547.371	\$ 589.519	\$ 640.807
SHAMPOO CONTROL CAIDA F	\$ 187.000	\$ 199.529	\$ 214.893	\$ 233.588
SACHET CONTROL CAIDA	\$ 417.500	\$ 445.473	\$ 479.774	\$ 521.514
TRATAMIENTO CAPILAR	\$ 425.000	\$ 453.475	\$ 488.393	\$ 530.883
CONTROL	\$ 1.720.000	\$ 1.835.240	\$ 1.976.553	\$ 2.148.514
CONTROL DOMICILIO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 59.879.500</b>	<b>\$ 63.891.427</b>	<b>\$ 68.811.066</b>	<b>\$ 74.797.629</b>
Los valores son en miles de pesos Colombianos				

Tabla 3 Proyección de Ventas 2015. Elaboración propia

Para la sede cedritos se genera \$53.891.427 millones de pesos es decir incrementan las ventas para el año 2016, en el siguiente año proyectado 2017 el incremento es de 7.7% es decir \$68.811.066 millones de pesos, por ultimo para el 2019 se tomó un 8.7% un incremento de \$ 74.797.629 millones de pesos.



UNICENTRO				
PRODUCTO	HISTORICO 2015	AÑO 1 2016	AÑO 2 2017	AÑO 3 2018
		6,70%	7,7%	8,7%
LICE FREE 120 ML	\$ 8.580.000	\$ 9.154.860	\$ 9.859.784	\$ 10.717.585
SACHET LICE FREE 18 ML	\$ 2.150.000	\$ 2.294.050	\$ 2.470.692	\$ 2.685.642
PP 00132	\$ 3.485.000	\$ 3.718.495	\$ 4.004.819	\$ 4.353.238
PM 0134	\$ 8.672.000	\$ 9.253.024	\$ 9.965.507	\$ 10.832.506
PP 00135	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SESION	\$ 35.005.000	\$ 37.350.335	\$ 40.226.311	\$ 43.726.000
SESION DOMICILIO	\$ 1.217.500	\$ 1.299.073	\$ 1.399.101	\$ 1.520.823
SHAMPOO CONTROL CAIDA F	\$ 121.000	\$ 129.107	\$ 139.048	\$ 151.145
SACHET CONTROL CAIDA	\$ 337.500	\$ 360.113	\$ 387.841	\$ 421.583
TRATAMIENTO CAPILAR	\$ 387.500	\$ 413.463	\$ 445.299	\$ 484.040
CONTROL	\$ 2.600.000	\$ 2.774.200	\$ 2.987.813	\$ 3.247.753
CONTROL DOMICILIO	\$ 30.000	\$ 32.010	\$ 34.475	\$ 37.474
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62.585.500</b>	<b>\$ 66.778.729</b>	<b>\$ 71.920.691</b>	<b>\$ 78.177.791</b>
Los valores son en miles de pesos Colombianos				

Tabla 4 Proyección de ventas. Elaboración propia

Por ultimo en la sede Unicentro se genera un aumento en las ventas de \$66.778.729 en el año 2016, mientras que en año 2017 las ventas aumentan a \$ 71.920.691, por consiguiente, en el último periodo proyectado un incremento de \$78.177.791 millones de pesos

A continuación, se muestra el aumento en pesos de los tres centros especializados de pediculosis de la Organización Colombia Contra la Pediculosis S.A.S:

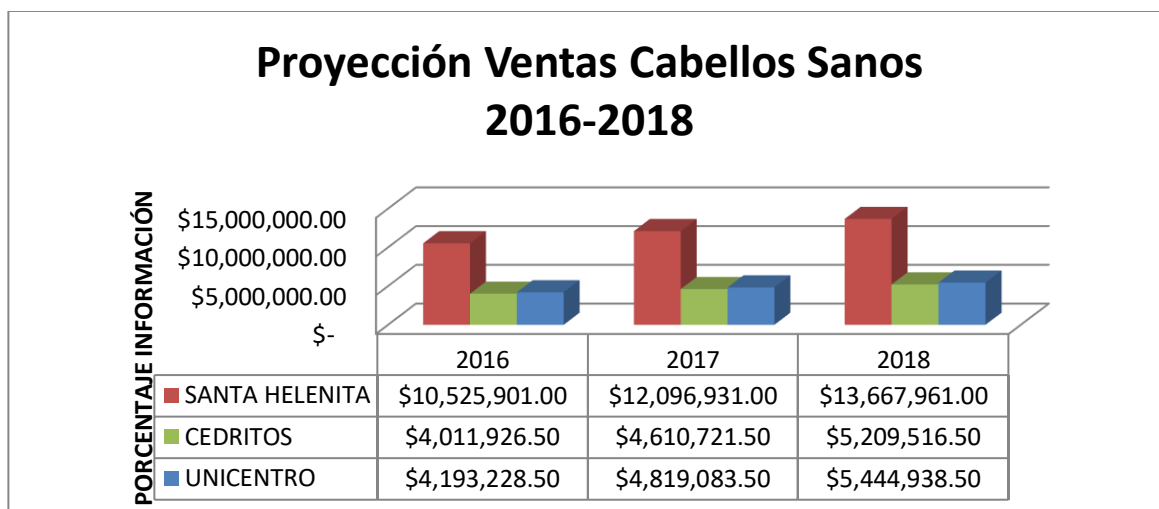
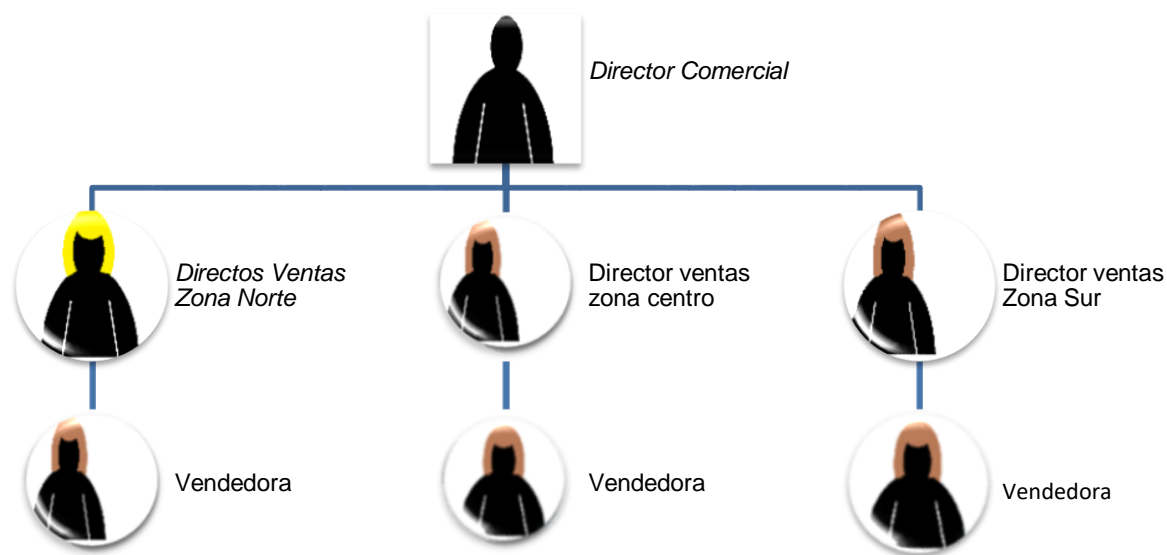


Grafico 1 Grafico de ventas. Elaboración propia

#### 4.1.3 Etapa cuaternaria: Plan de implementación Planeación Estratégica para el Departamento Comercial

A continuación, se diseña e implementa la planeación estratégica para el departamento comercial Organización Colombia de Lucha Contra la Pediculosis, iniciando con la estructura organizacional.

##### 4.1.3.1 Estructura Organizacional



## Misión

Abastecer productos y servicios de alto contenido tecnológico e innovador y libre de tóxicos, cumpliendo con los más altos estándares nacionales e internacionales, a todas aquellas instituciones o individuos que padezcan de pediculosis (*pediculus humanus capitis*) en Colombia.

## Visión

Para el año 2019 ser reconocidos como una empresa de alto nivel tecnológico, además expandirse a un rango de acción nacional e internacional y generar el mayor grado de beneficios para clientes, proveedores, Talento Humano y para la(s) comunidad(es) en donde se desarrollarán actividades de prevención y eliminación de la pediculosis.

## Valores

- Honestidad: Decir lo que se piensa, aunque a otros les moleste.
- Responsabilidad: Cumplir con los objetivos propuestos y funciones delegadas.
- Compromiso: Dedicar y esforzarse en las funciones de esta manera contribuye de manera positiva a la empresa.
- Respeto: Proporcionamos el trato que todas las personas se merecen y exigimos lo mismo para con nosotros.
- Solidaridad y Colaboración: Entendemos que el interés común siempre está sobre los intereses particulares, y obramos en consecuencia.
- Confianza: Nuestros actos son predecibles, claros y transparentes, por eso también valoramos a quienes hacen lo mismo con nosotros.
- Ética y Lealtad: Actuamos con base en resguardar los genuinos intereses de quienes confiaron en nosotros.
- Dinamismo y Proactividad: No esperamos que las cosas sucedan, procuramos que pase lo que debe pasar.
- Creatividad: Pensamos distinto para lograr mejores resultados.
- **Estrategia**

De acuerdo a la matriz de posibilidades y el análisis interno y externo de la empresa, se decide que la estrategia de Organización Colombia Contra la Pediculosis será enfocarse en la planeación hacia el departamento comercial siendo este el departamento que demanda mayor relevancia.

Mediante la distribución de sus productos a nivel nacional con una cobertura en las principales ciudades de Colombia en Grandes y Pequeñas superficies como lo son Droguerías, Tiendas Naturistas, Distribuidoras de Belleza.

A continuación, se muestran las estrategias planteadas:

Tema: Departamento Comercial Vs Beneficios

AREA COMERCIAL			
CARGO	Número	Salario	Total Gasto Salario
Director Comercial	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Director Ventas Zona	3	\$ 1.200.000	\$ 3.600.000
Vendedores	3	\$ 689.454	\$ 2.068.362
Total Gasto de Mercadeo y Ventas			\$ 7.668.362
Los valores son en miles de pesos Colombianos			

Se pretende implementar una fuerza de capital humano mediante contrato intuitu personae a continuación se determina las funciones y cargo de cada uno de los componentes del departamento comercial.

- Director Comercial: tendrá como función coordinar, desarrollar y proyectar los aspectos relacionados con mercadeo, además de contribuir en el buen desarrollo de la organización, expansión del producto en el mercado, y logro de los objetivos planeados.
- Coordinador Zona Norte: Tendrá como función distribuir el producto en la zona norte y alrededores de la ciudad de Bogotá, teniendo a cargo un vendedor.
- Coordinador Zona Centro: Tendrá como función distribuir el producto en la zona centro y alrededores de la ciudad de Bogotá, teniendo a cargo un vendedor.
- Coordinador Zona Sur: tendrá como función distribuir el producto en la zona sur y alrededores en la ciudad de Bogotá. Teniendo a cargo un vendedor quien asimismo se encargará de dicha zona

\*Los coordinadores serán subalternos del Director Comercial quien a su vez se encargará de liderar el equipo de ventas, con el fin de lograr e incrementar los objetivos planeados.

- Vendedor zona norte: Se encarga de visitar a los clientes, Droguerías, Tiendas Naturistas, Pequeñas y medianas superficies.
- Vendedor zona centro: Se encarga de visitar a los clientes, Droguerías, Tiendas Naturistas, pequeñas y medianas superficies.
- Vendedor zona sur: Se encargará de visitar a los clientes, Droguerías, Tiendas Naturista, pequeñas y medianas superficies.

En cuanto al departamento comercial se implementa un Manual de Procesos para que el equipo de trabajo conozca sus funciones. (Ver Anexo Manual de Funciones).

AREA COMERCIAL			
Descrip	Número	Valor	Total
Equipos	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Publicidad	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Total Inversión Mcdeo y Vtas			\$ 2.860.000
Los valores son en miles de pesos Colombianos			

El departamento comercial contara con 3 equipos de cómputo los cuales se van a distribuir de la siguiente forma:

- 1 Equipo de cómputo para el Director Comercial
- 2 Equipos de cómputo para los Coordinadores de las zonas

Ver Anexo Publicidad y Equipo de Cómputo.

### **Tema: Estrategia Comercial**

Mediante los productos de valor agregado que están dirigidos al consumidor final, aquí se encuentra el Kit Tratamiento Pediculosis para la comercialización en droguerías la cual está compuesta por los siguientes artículos:

- Loción Lice Free
- Peine de prevención

- Sr. Cabellos Sanos
- Capa Desechable.

### **Tema: Estrategia Comercial**

Se implementará un plan de trabajo que en el cual se logre cumplir con los objetivos de la proyección e incremento de ventas

Se da a conocer el beneficio que se obtiene si la empresa desea implementar la inversión de la fuerza de talento humano y herramientas para que funciones adecuadamente el departamento comercial.

Inversion Dto Comercial Vs Beneficios			
Area Comercial	Total Inversión	Total Ingresos	Relacion Costo Beneficio
Area	\$ 11.068.362	\$ 279.568.000	\$ 268.499.638
Los valores son en miles de pesos Colombianos			

Se ha detectado mayores oportunidades de crecimiento en el país en ciudades principales como lo es Medellín países como Estados Unidos, Centro América y Sur América, por lo que se aprovechara el know how, la experiencia y el reconocimiento para aumentar la expansión y ejecutar dichas estrategias

## **CONCLUSIONES**

Mediante el análisis realizado de la empresa, la proyección de los datos, se pretende implementar un nuevo modelo para el departamento comercial, esperando así el logro de los objetivos trazados en el trabajo, generando confianza y credibilidad a los Directivos de la empresa con el fin de que se fortalezca.

Esta planeación estratégica, que se investigó en el trabajo, ayuda a que la empresa logre un mejor posicionamiento en el mercado, ya que posee una estructura completa y conoce su estructura organizacional, por lo que se pudo determinar el mejor modelo de planeación estratégica.

Las proyecciones obtuvieron resultados de viabilidad para la organización, por lo que al departamento comercial le permitirá general factores de éxito y potencial para el crecimiento de la empresa y su participación en el mercado.

Se analizó el direccionamiento de la Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S, para conocer la situación actual y detectar y determinar debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que benefician y perjudican a la compañía, teniendo en cuenta la creación de estrategias para dar una pronta solución a estos factores de riesgo, asimismo, aprovechar las oportunidades y fortalezas con las que cuenta la empresa

Finalmente, se diseñó un modelo de planeación estratégica a la “Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S” aplicado el departamento comercial, con el fin de tener cobertura nacional en las medianas y pequeñas superficies, extendiendo su marca a nivel nacional e internacional.



## RECOMENDACIONES

De acuerdo a la información obtenida en el trabajo, y cada una de las etapas que se ejecutaron en la planeación estratégica se recomienda lo siguiente:

- La empresa debe ser competitiva en los procesos administrativos y comerciales
- Propender el cumplimiento de su misión, visión, valores, estrategias, por otra parte, el departamento comercial debe cumplir con sus objetivos
- Ofrecer valor agregado a sus clientes enmarcada en la planeación estratégica
- Tener en cuenta la buena calidad de sus servicios y productos, prestarlos de manera adecuada.
- Realizar una buena publicidad para tener mayor reconocimiento en el mercado y participación en este
- Capacitar la fuerza de talento humano para fortalecer las ventas de la empresa.

## **Bibliografía**

KOONTZ, H. (1991). *Estrategia, Planificación y Control*.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.).

Mexico D.F., Mexico: McGraw-Hill. Recuperado el 03 de Marzo de 2016

Serna, H. (2010). *Gerencia Estratégica* . Bogota, Colombia: Panamericana Editorial Ltda.

## **ANEXOS**

Anexo1. Análisis DOFA Cabellos Sanos

Anexo 2. Recopilación de información Cabellos Sanos

Anexo 3. Manual de funciones Comercial

Anexo 4. Manual del Administrador

**EL SUSCRITO ACCIONISTA UNICO DE LA SOCIEDAD DENOMINADA ORGANIZACIÓN  
COLOMBIA CONTRA LA PEDICULOSIS "CABELLOS SANOS" SAS**

**NIT 900-049-489-4**

**AUTORIZA**

A la señora SARAH PAOLA GUZMAN ROJAS identificada con cédula de ciudadanía número 1.012.353.837 de Bogotá, para utilizar la información de esta empresa (unidades de negocio, productos, servicios, balances, talento humano) como material de consulta y apoyo para la presentación y sustentación de la tesis de grado para optar al título de Administradora de Empresas en la Universidad UNIEMPRESARIAL.

Se firma la presente autorización el 13 de Abril de 2.016 en la ciudad de Bogotá D.C. Colombia.

Cordialmente;



C.C. 80916392 JGR

**JAIR GUZMAN RAMOS**

Director General y Accionista Único

2016-1

NOMBRES Y APELLIDOS  
ESTUDIANTE

1. Soledad Cecilia Lopez

PROGRAMA

Administración  
Empresarial

PROMOCIÓN

2016-1

FECHA

HORA DE  
INICIO

HORA  
TERMINA

TEMAS DE ASESORIA

FIRMA DOCENTE

20/01/16 1 30 pm

Entrega anteproyecto.

Soledad Cecilia Lopez

21/01/16

2/02/16

Revisión trabajo de grado, correcciones

Soledad Cecilia Lopez

12/04/16 4 30 pm

5 30 pm

Revisión trabajo, corrección, nota técnica, contexto  
sectorial.

Soledad Cecilia Lopez

13/04/16 1 00 pm

2 30 pm

Revisión Final trabajo de grado.

Soledad Cecilia Lopez

Bogotá D.C., 13 de abril de 2016

Señores  
Dirección Académica y Empresarial  
**UNIEMPRESARIAL**  
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de Administradora de Empresas.

A continuación se relaciona la ficha bibliográfica la cual contiene la información básica del mismo

Autor	Sarah Paola Guzmán Rojas
Periodo Académico	Séptimo
Título	MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARALA EMPRESA ORGANIZACIÓN COLOMBIA CONTRA LA PEDICULOSIS S.A.S APLICADO AL DEPARTAMENTO COMERCIAL
Tutor	Sarah Paola guzmán Rojas
Opción de grado	Trabajo de grado
Programa	Administración de Empresas 22
Resumen (max 150 palabras)	<p>Se diseñó e implementó un modelo de planeación estratégica para la empresa, para mejorar el departamento comercial y el departamento administrativo, indagando de manera sistemática los diferentes componentes internos de la empresa con base a algunos modelos de varios autores, analizando el direccionamiento de la Organización Colombia Contra La Pediculosis S.A.S, e implementando el modelo de planeación estratégica. Para ello se utilizó el método analítico DOFA para establecer el entorno interno y externo de la empresa, realizando estrategias que facilite la toma de decisiones y ser más competitivo.</p> <p>Mediante el correcto análisis se recopiló información mediante históricos de ventas y entrevistas al Gerente, con lo cual se conoció la situación actual de la empresa, base para proponer la planeación estratégica, determinada en los ejes de desarrollo como son:</p>

	Proyección de ventas, implementar profesionales para el departamento comercial.
Palabras Claves	Modelo, comercial, macro
Número de páginas	61

Cordialmente,

\_\_\_\_\_  
Sarah Paola Guzmán Rojas  
C.C. 1'012.353.837 de Btá

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES**  
(Licencia de uso)

Bogotá, D.C., 13 de Abril del 2016

Señores:  
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ - UNIEMPRESARIAL  
Ciudad

Los suscritos: Sarah Paola Gurmán Rojas, con C.C. No 1.012.353.837

En mi (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) de la obra titulada:  
Modelo de planeación Estratégica para la empresa Organización Colombia Contra la Pediculosis  
S.A.S aplicada al departamento comercial

(por favor señale con una "x" las opciones que apliquen)

Trabajo de Grado ☒ Plan de Negocio ☐ Misión Empresarial ☐  
Diplomado ☐  
Premio o distinción: ☐ Si ☐ No

Cual:

Presentado y aprobado en el año 2016, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mi (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autorizan a la Fundación Universitaria de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, a los usuarios de la Biblioteca, así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la institución tenga perfeccionado un convenio, son:

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>		<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La conservación de los ejemplares necesarios en el área de tesis y trabajos de grado de la Biblioteca.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La consulta física (sólo en las instalaciones de la Biblioteca)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. La consulta electrónica - on line (a través del catálogo de consulta ó el sistema de información que Uniempresarial disponga)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previo convenio perfeccionado con la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el presente escrito legal connotado, con el propósito de que en dicho caso mi (nuestra) obra sea explotada en



las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

De manera complementaria, garantizo (garantizamos) en mi (nuestra) calidad de estudiante (s) y por ende autor (es) exclusivo (s), que la Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso en cuestión, es producto de mi (nuestra) plena autoría, de mi (nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy (somos) el (los) único (s) titular (es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

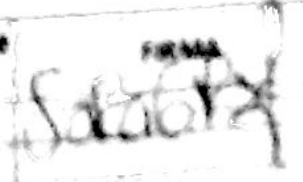
De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982, "El autor tendrá sobre su obra un derecho perpetuo, inalienable, e irrenunciable", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial, está en la obligación de respetarlos y hacerlos respetar, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA: Información Confidencial:**

Esta Tesis o Trabajo de Grado, Plan de Negocio o Estudio de Caso contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de una investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

Si ☐ No ☒

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), a continuación, tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

<b>NOMBRE COMPLETO</b>	<b>No. del documento de identidad</b>	<b>FIRMA</b>
Sarah Paola Guzmán Rojas	1 012 353 837	

FACULTAD

Ciencias Económicas y Administrativas

PROGRAMA DE ASESORIA

Administración de Empresas